



V. La concurrence dans les services de télécommunications

L'expérience a montré qu'une concurrence libre et ouverte est avantageuse pour les consommateurs et la société prise dans son ensemble puisqu'elle garantit des prix plus faibles, de meilleurs produits et services d'un caractère plus novateur et un choix élargi pour le consommateur. Actuellement, on peut déjà constater les avantages de la concurrence dans le secteur des télécommunications. Des changements technologiques dynamiques permettent de fournir de nouveaux services et des systèmes qui apportent des solutions novatrices aux besoins de communications dans le monde. Par conséquent, les télécommunications deviennent un élément de plus en plus important pour l'efficacité des institutions des secteurs privé et public. Dans un contexte marqué par un changement rapide, un marché concurrentiel tirera profit du potentiel qu'offre le secteur des télécommunications pour répondre aux besoins économiques et sociaux de tous les citoyens.

LES AVANTAGES DE LA CONCURRENCE

Une concurrence libre et ouverte profite aux consommateurs et à la communauté mondiale puisqu'elle garantit des prix plus faibles, de meilleurs produits et services d'un caractère novateur et un plus grand choix du consommateur par rapport à une situation marquée par un monopole. Dans un marché ouvert, les producteurs se livrent concurrence pour gagner les consommateurs en baissant les prix et en mettant au point de nouveaux services qui répondent le mieux aux besoins des consommateurs. Un marché concurrentiel encourage l'innovation puisqu'il récompense les producteurs qui innovent, développent et introduisent de nouveaux produits et des méthodes novatrices de production. Ainsi, c'est la société dans son ensemble qui en profite puisque cela contribue à sa prospérité. Dans un contexte concurrentiel, les entreprises et sociétés qui n'arrivent pas à comprendre les consommateurs et à répondre à leurs besoins risquent de perdre ces derniers et de voir rétrécir leurs marges bénéficiaires.

Un cadre de politiques visant à créer, encourager et réglementer la concurrence est d'importance capitale pour l'obtention des avantages escomptés et demandés par les consommateurs.

En d'autres mots, la concurrence récompense l'esprit d'entreprise, l'adaptation et l'enthousiasme et punit le laxisme et l'indifférence. Au vu de l'importance sans cesse croissante du secteur des télécommunications pour l'économie dans son ensemble, les



pays ne peuvent pas se permettre la léthargie et l'indifférence qui caractérisent si souvent la fourniture de services et de produits dans le cadre des monopoles. Au fur et à mesure que la technologie produira des services de communication efficaces, les sociétés seront de plus en plus désavantagées si elles ne récoltent pas les gains liés à l'esprit d'entreprise et à la capacité de répondre aux besoins du marché, caractérisant les environnements de télécommunications ouverts et concurrentiels.

LES POLITIQUES ET MARCHES CONCURRENTIELS

Si l'on veut bénéficier des avantages de la concurrence susmentionnés, les gouvernements et les organes de régulation doivent mettre en place un cadre de politique régissant et orientant le secteur des télécommunications.

D'abord, les gouvernements devraient baisser les barrières juridiques protégeant ceux qui détiennent le monopole contre les nouveaux arrivés qui cherchent à se faire une place sur le marché.

Deuxièmement, les décideurs doivent prendre des mesures volontaristes pour promouvoir la concurrence dans les secteurs du marché jusqu'alors fermés à la concurrence. Il s'agit notamment d'adopter des politiques qui encouragent de multiples méthodes et modes d'accès sur le marché.

Troisièmement, pendant la période de transition à la concurrence les décideurs devraient songer à mettre en place des mesures pour se protéger contre le pouvoir que peuvent exercer sur le marché les entreprises bien implantées. La mesure de protection la plus fondamentale concerne les clauses et les conditions régissant l'interconnexion des nouveaux fournisseurs au sein du réseau de ce monopole.

Aux Etats-Unis, bien que des étapes importantes aient été franchies dans le sens de la promotion de la concurrence dans le secteur des télécommunications avant l'adoption de la Loi des télécommunications en 1996, la loi mentionne clairement la nécessité de mettre en œuvre une politique nationale de dérégulation en faveur de la concurrence afin d'accélérer la fourniture privée de télécommunications et des nouvelles technologies de l'information pour tous les Américains en ouvrant les marchés des télécommunications à la concurrence.



LES EFFETS DE LA CONCURRENCE DANS LE SECTEUR DES TELECOMMUNICATIONS

Les avantages liés à la concurrence dans le secteur des télécommunications sont apparents dans tous les segments du marché des télécommunications. Par exemple, aux Etats-Unis et dans un grand nombre d'autres pays, la concurrence au niveau des services de télécommunication internationaux et de longue distance a permis de diminuer très nettement les tarifs que payent les consommateurs pour ces services entraînant par ailleurs une hausse marquée de la demande et de l'investissement.

Les services internationaux de télécommunications sont particulièrement importants pour le développement d'une économie robuste et stable intégrée au marché mondial. Les accord de l'OMC de 1997 sur les services de télécommunications de base ont marqué le début d'une nouvelle ère des télécommunications dans un grand nombre de pays. Dans le cadre de cet accord, 72 pays ont pris des engagements pour ouvrir leur marché aux fournisseurs étrangers de services de télécommunication de base. Lorsque ces pays ont mis en œuvre leurs engagements, de profonds changements ont lieu sur leur marché de télécommunications. Dans bien des pays, il existe plusieurs nouveaux fournisseurs de services nationaux et internationaux de télécommunications et les prix ont nettement baissé. Par conséquent, une concurrence renforcée a permis de faire baisser les tarifs des transactions internationales, d'où des prix plus faibles pour les appels des consommateurs. A leur tour, des tarifs téléphoniques plus faibles permettent aux gens d'appeler plus souvent et de rester davantage en contact avec leur famille ou leurs amis résidant à l'étranger renforçant par ailleurs les liens commerciaux internationaux. Aussi, l'introduction de la concurrence sur les marchés internationaux des télécommunications profite-t-elle nettement à l'économie globale d'un pays.

En outre, dans le cadre des accorda de l'OMC, 49 pays ont pris des engagements pour ouvrir leur marché de services par satellite. Ces engagements permettent aux fournisseurs mondiaux et régionaux de services par satellite d'obtenir plus aisément les autorisations nécessaires pour leur système. De même, dans de nombreux pays, l'investissement privé et la concurrence dans le domaine de l'infrastructure terrestre des télécommunications sans fil est à l'origine de la baisse des prix du service de téléphone sans fil et partant de son utilisation accrue.

En outre, dans des régions où la télédensité peut augmenter, les réductions de prix peuvent faire augmenter le nombre de ménages pouvant s'offrir le service. Cette demande accrue rend les décisions relatives à l'infrastructure plus attirantes. Par exemple, au Chili, la baisse des prix a permis d'augmenter le trafic de 260% entre 1994



et 1997. En 1987, l'on comptait 6,7 téléphones par 100 ménages au Chili alors que ce chiffre était de 11 en 1992 et de 15,2 en 1996.

Alors que les prix plus faibles stimulent une plus grande demande, les recettes augmentent malgré le nombre accru de fournisseurs sur le marché. Sur le marché des services téléphoniques interurbains aux Etats-Unis, des prix plus faibles allant de paire avec un marché plus vaste ont compensé les pertes de recettes imputables à la baisse des tarifs et au rétrécissement de la part du marché. Prenons l'exemple du marché des communications interurbaines d'AT&T : sa part du marché est passé de 90% en 1984 à 45% en 1997 alors que ses recettes augmentaient de 35 milliards de dollars à 40 milliards de dollars pendant la même époque. En conclusion, même si AT&T avait perdu des parts de marché, ses recettes avaient pourtant augmenté dans un environnement marqué par une concurrence renforcée.

Toutefois, les avantages pouvant être retirés de la concurrence sur les marchés internationaux et nationaux des télécommunications ne peuvent être entièrement réalisés que si les acteurs de ce marché sont incités et encouragés à se livrer une concurrence dynamique pour attirer le plus grand nombre possible de consommateurs. L'expérience des Etats-Unis montre que ces incitations n'existent que si l'accès au marché des services de télécommunications est grand ouvert. Quand l'accès est limitée ou si un ou deux concurrents seulement sont autorisés à rivaliser avec l'entreprise de télécommunications en place, alors les avantages pouvant résulter de la concurrence sont eux aussi limités. Par exemple, quand le téléphone portable a été introduit aux Etats-Unis dans les années 80, il n'existait que deux détenteurs de permis et par conséquent, les prix restaient élevés et la demande était limitée. Après la concession d'un plus grand nombre de licences, on a assisté à une chute des prix, à l'introduction de nouveaux services et à l'explosion de la demande.

LE SECTEUR DES TELECOMMUNICATIONS FAIT PARTIE DU DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE

Les pays en voie de développement rencontrent de nombreux problèmes au niveau de l'infrastructure. Routes, eau et électricité font parties des infrastructures de base mais un pays a également besoin d'un solide système de communications et d'information pour survivre et prospérer. Dans cette économie mondiale où la concurrence est toujours plus vive et ses avantages de plus en plus nombreux, les pays en voie de développement peuvent bénéficier de ces avantages en encourageant notamment la création d'un secteur local des télécommunications. Une des manières les plus efficaces d'y arriver est de promouvoir et de renforcer la croissance et le développement des petites entités dans ce secteur.



L'expérience des Etats-Unis est fort intéressante à ce propos. La plupart des découvertes les plus fascinantes et des progrès de technologie de pointe aux Etats-Unis doivent être portés au crédit de petits entrepreneurs et de petites sociétés, qu'il s'agisse d'Alexander Graham ou de Bill Gates. De plus, aux Etats-Unis ce sont les 22 millions de petites entreprises qui produisent plus de la moitié du produit intérieur brut du pays et les entreprises employant moins de 20 personnes ont créé tous ---à savoir 99,9 % --les nouveaux emplois ces dernières années.

Une réussite aussi éclatante est due non seulement au système de la libre entreprise et à la motivation du profit, mais également à une politique publique qui soutient ces petites entreprises. Les Etats-Unis ont mis en place de nombreux programmes fédéraux pour aider les petites entreprises à prendre en main les rênes du développement économique et de l'innovation --- programmes de prêts garantis, d'assistance technique, d'investissement, programmes anti-discriminatoire, activités de vulgarisation et programmes d'information et de formation. Le Congrès a créé le Fonds de développement des télécommunications, d'un montant de 25 millions de dollars, pour investir dans les nouvelles entreprises de télécommunications s'avérant prometteuses.

A l'évidence, l'environnement et la situation de la plupart des pays en voie de développement sont très différents de ceux des Etats-Unis, le monopole dans le secteur des télécommunications étant une chose dont nous n'avons jamais eu à nous préoccuper dans notre pays. Pourtant, certaines étapes fondamentales – privatisation, création d'un organe de régulation indépendant, adoption d'une législation fiscales et du travail favorables, volonté de supprimer dans la mesure du possible les conditions réglementaires et d'enregistrement – peuvent apporter bien des avantages. Un pays en voie de développement pourrait exiger que les entreprises étrangères souhaitant fournir des services sur son territoire aident à promouvoir ou soutiennent les entreprises nouvelles ou locales. Soutenir ainsi la croissance de petites entreprises de télécommunications permet d'arriver à des profits économiques durables pour les économies des pays en voie de développement et encourage une pleine participation sur le marché mondial des télécommunications.

LES METHODES D'INTRODUCTION DE LA CONCURRENCE DANS LE SECTEUR DES TELECOMMUNICATIONS

Les restrictions pesant sur les méthodes et les modes d'accès au marché entraînent des distorsions en matière d'investissement et des prix plus élevés pour les consommateurs. C'est en laissant les forces du marché choisir les approches les plus appropriées que les décideurs encouragent une compétition efficace. Trois méthodes



sont généralement utilisées pour introduire la concurrence dans le secteur des télécommunications :

- ✓ la concurrence sur la base des installations
- ✓ la dissociation des éléments du réseau
- ✓ la revente

En outre, une politique ne privilégiant aucune technologie particulière encourage les systèmes novateurs et les équipements conçus pour répondre aux besoins du marché. Par exemple, la construction d'un réseau sans fil conviendra davantage dans certains marchés que le développement d'une entreprise de télécommunications filaires.

La concurrence sur la base des installations

Quand une nouvelle entreprise de télécommunications construit un réseau en utilisant ses propres installations pour atteindre ses clients (sans utiliser le réseau de l'entreprise de télécommunications en place), ce type d'accès est souvent appelé «concurrence sur la base des installations». Mettant en place un nouveau réseau, l'entreprise concurrente n'est pas freinée dans ses initiatives par les installations en place qui risquent d'être obsolètes et elle peut de ce fait installer la technologie la plus récente et la plus efficace. Elle pourra donc fournir de nouveaux services ou des services complémentaires, à transmission plus rapide, à vitesses variables ou avec une capacité accrue de bande passante et, partant, faire baisser les coûts par rapport aux services existants. En utilisant ses propres installations, le nouvel opérateur apporte non seulement des avantages directs à ses clients mais pousse également l'entreprise de télécommunications en place à rénover son réseau. De plus, dans ce type de contexte, les forces du marché agissent efficacement et ce sans dispositif réglementaire lourd.

Tel que discuté plus amplement ci-après, les nouveaux venus disposant de leurs propres installations ont quand même besoin de l'interconnexion pour l'échange mutuel du trafic avec les autres fournisseurs. Les clients des nouveaux participants au marché doivent être en mesure de communiquer avec les abonnés des autres réseaux, surtout avec le réseau de l'ancienne entreprise de télécommunications d'où la majorité des utilisateurs obtiennent leurs services. S'ils ne peuvent pas s'interconnecter sur une base équitable, les nouveaux venus ne pourront pas survivre.



L'utilisation d'éléments ventilés du réseau

Si la concurrence basée sur des installations complètes comporte moult avantages, il n'est pas toujours possible, ni pratique d'ailleurs, pour un nouveau venu de construire intégralement un réseau. Ainsi, il est souvent financièrement possible de construire des équipements de commutation et de communication à grande distance mais il n'est pas toujours faisable de construire des boucles locales ou d'installer les derniers équipements terminaux qui raccordent les clients. Cela peut être dû à la nécessité de faire des économies d'échelle ou à des difficultés pratiques associées à l'acquisition des droits de passage. Par conséquent, un second type d'accès possible est celui permettant au nouveau venu de construire certaines parties du réseau et d'acheter l'accès aux équipements essentiels auprès de l'ancienne entreprise de télécommunications, par exemple les boucles locales. Cette méthode d'accès est appelée ventilation des éléments du réseau et généralement elle est stipulée par la loi ou la régulation.

L'accès utilisant les éléments dissociés du réseau comporte un certain nombre d'avantages importants. D'abord, cela abaisse les barrières à l'accès en permettant aux nouveaux venus de fournir un service sans devoir construire un réseau entier. Deuxièmement, sur le long terme, cela empêche l'ancienne entreprise de télécommunications d'exploiter la position qu'elle pourrait conserver suite aux économies d'échelle encore réalisées ou à cause des difficultés pratiques de ses nouveaux concurrents à surmonter les obstacles pour obtenir les droits de passage nécessaires, les sites d'antennes pour les systèmes sans fil, etc. Troisièmement, cela permet aux nouveaux venus de réaliser des innovations. Par exemple, ils peuvent acheter des éléments non ventilés auprès de l'entreprise en place et les utiliser avec des technologies entièrement différentes que celles utilisés par l'ancienne entreprise de télécommunications (par exemple, avec le protocole IP). Aux termes de cet arrangement, les consommateurs profitent de ces services nouveaux et plus performants et des choix supplémentaires qu'offre cette concurrence.

Une intervention de type réglementaire est nécessaire pour demander à l'entreprise en place de dissocier son réseau des services qu'elle offre et de fournir les éléments d'infrastructure nécessaire à des prix économiquement viables. Il est important que les entreprises de télécommunications en place fournissent un accès non discriminatoire à tout nouveau venu demandant un accès aux éléments du réseau dissocié à des taux, clauses et conditions qui sont justes, raisonnables et non discriminatoires. L'entreprise de télécommunications déjà en place devrait fournir des méthodes d'interconnexion pratiques telles le co-emplacement physique, le co-emplacement virtuel ou



l'interconnexion à un point entre le réseau de l'ancienne entreprise et celui du nouveau venu.

Aux Etats-Unis, la Loi des télécommunications de 1996 stipule une liste minimale d'éléments de réseaux que les entreprises de télécommunications en place doivent dissocier. Il s'agit notamment des éléments suivants : les boucles locales, les dispositifs d'interface entre réseaux, les capacités de commutation locales et en tandem, les équipements de transmission inter-bureau, les bases de données à signal et appel, les systèmes de soutien aux opérations et les services d'assistance et d'annuaire. De plus, les nouveaux venus devraient avoir accès aux lignes, aux poteaux, aux conduites, aux tuyaux et aux droits de passage qui sont la propriété de l'ancienne entreprise de télécommunications ou qui sont contrôlés par celle-ci.

La revente

Dans le contexte des télécommunications, on parle de revente quand des concurrents obtiennent un service à un prix réduit ou de gros de l'entreprise de télécommunications en place et ensuite revendent ce service à leurs propres clients.

La revente joue plusieurs rôles au niveau de la promotion et du maintien de la concurrence dans les services de télécommunications. La revente peut être un moyen efficace d'entrer sur le marché pour des nouveaux venus qui n'ont pas le capital nécessaire pour construire leurs propres réseaux. La revente permet également à de petits participants qui n'ont pas les moyens de construire leurs propres installations de fournir des services.

En outre, les revendeurs peuvent stimuler l'utilisation du réseau de l'entreprise en place et partant, ils favorisent la croissance de cette dernière et le développement futur du secteur entier. De plus, cette concurrence aide à maintenir des prix moins élevés pour les consommateurs, augmente le choix dont ils disposent et en dernière analyse encourage la croissance économique.

L'expérience faite aux Etats-Unis sur le marché des télécommunications à longue distance indique que la revente comporte des avantages très importants pour le public. Une concurrence basée sur la revente prend la forme d'un arbitrage dans le cadre duquel un revendeur achète une quantité importante de minutes à un prix réduit et ensuite les revend à de petits clients à des tarifs plus faibles que ceux qu'ils pourraient avoir autrement. Offrant ainsi un prix abordable au client, les revendeurs stimulent la demande et poussent ainsi les entreprises disposant de leurs propres installations à rapprocher les prix des coûts effectifs. Parallèlement, la concurrence vive faite par les revendeurs favorise l'adoption de méthodes novatrices par exemple de nouveaux



moyens de facturations ou dans le cadre de leur marketing le ciblage de groupes défavorisés. Un grand nombre de pays se sont engagés à adopter une politique de revente dans le cadre des Accords de télécommunications de base de l'OMC pour fournir un accès au marché des services de télécommunications de base.

Pour les pays plus petits, la revente dégage certains des avantages de la concurrence même si la quantité totale du trafic des télécommunications est insuffisante pour attirer des entreprises de télécommunications disposant de leurs propres installations.

Les revendeurs peuvent revendre le service complet sans modifications, c'est ce qu'on appelle la revente du service total. Ils peuvent également acquérir certains services auprès de l'entreprise de télécommunications en place et les combiner à d'autres services qu'eux-mêmes fournissent. Par exemple, une entreprise peut offrir des services interurbains à partir de ses propres installations de commutation mais louer les équipements de transport à distance auprès de l'entreprise de télécommunications existante.

La revente permet également aux fournisseurs de vendre des paquets de services différents sans devoir effectivement construire les équipements nécessaires. Ainsi ils peuvent faire des économies du point de vue marketing tout en fournissant un ensemble de services aux clients. Par exemple, un fournisseur local peut offrir des services à longue distance sans construire l'équipement nécessaire. De même, une entreprise de télécommunications offrant des services locaux et à grande distance pourrait ajouter des services mobiles sans construire son propre réseau sans fil.

Dans un grand nombre d'industries, la revente est une partie naturelle et normale du développement des marchés. Mais en ce qui concerne les télécommunications, l'entreprise dominante devra souvent, en vertu de la loi et de la régulation, fournir ces services à la revente. Il faudra peut-être invoquer telle stipulation de la régulation en vigueur pour forcer l'entreprise de télécommunications en place à fournir ces services à un prix de gros. Toutefois, dans un contexte concurrentiel, certains fournisseurs verront qu'il est à leur avantage, du point de vue financier, de fournir des services en gros. Tel est notamment le cas quand l'entreprise disposant de ses propres installations dispose d'une capacité excédentaire. Sur le marché à grande distance aux Etats-Unis, certaines entreprises de télécommunications ont construit des réseaux nationaux de fibres optiques dans l'intention d'offrir des services de transmission à d'autres sociétés de télécommunications, sur la base d'un prix de gros.



L'expérience du marché montre que la revente peut favoriser la concurrence. En effet, le développement de la concurrence sur le marché à grande distance des Etats-Unis est le résultat d'une combinaison de modèles basés sur la construction d'équipement et la revente. Dès les premières étapes de la compétition pour la communication à grande distance, les fournisseurs ayant des installations et les revendeurs se sont livrés une active concurrence. Cette approche a abouti à des tarifs plus abordables, à la fourniture de nouveaux services et à l'arrivée sur le marché de nombreux opérateurs.

Malgré les avantages évidents de la revente, celle-ci connaît également des limitations. Avant tout, le revendeur est plus ou moins limité par les caractéristiques techniques et les fonctions du réseau qu'il utilise ce qui limite sa capacité d'innovation. Ensuite, la revente à elle seule n'exerce pas de pressions compétitives sur les tarifs et les services en gros car l'entreprise de télécommunications en place ne connaît peut-être pas de pressions pour innover au niveau du marché en gros. Cela signifie que l'organe de régulation doit maintenir un certain contrôle sur la tarification, les clauses et les conditions de l'offre en gros.

L'INTERCONNEXION, ELEMENT PIVOT D'UNE CONCURRENCE EFFICACE

L'aspect essentiel de la concurrence dans le domaine des télécommunications est la capacité d'interconnexion des réseaux. Celle-ci permet de communiquer entre réseaux, reliant les concurrents de sorte à ce que les clients des divers réseaux puissent communiquer entre eux.

Si l'on veut que la concurrence offre un maximum d'avantages pour le consommateur ainsi que des innovations sur le marché des télécommunications, les entreprises de télécommunications qui cherchent à gagner des clients doivent également fournir aux concurrents un accès à ces clients. En effet, un accès partagé aux clients par le biais de l'interconnexion et l'accès à tous les clients est nécessaire pour un accès réussi sur le marché et une concurrence continue efficace. Si l'ancienne entreprise de télécommunications déjà en place avec la grande majorité des clients n'établit pas d'interconnexion avec les nouveaux venus, il est probable que ces derniers arriveront pas à survivre du point de vue économique.



Un cadre réglementaire est donc nécessaire pour faciliter la transition d'un environnement marqué par un monopole à un environnement concurrentiel car le fournisseur dominant, celui qui détient le monopole, a tout intérêt à mettre à l'écart ses concurrents. Par conséquent, des services de régulation indépendants et à l'abri de toute influence politique devraient adopter des règles qui permettent aux nouveaux venus de négocier sur un pied d'égalité avec l'entreprise de télécommunications en place.

Par exemple, le prix de l'interconnexion (ou du transport) peut représenter une barrière de taille à l'entrée sur le marché de nouveaux opérateurs. Celui qui détient le monopole a tout intérêt à demander un prix élevé pour mettre fin aux appels provenant du réseau du nouveau venu et à ne rien payer pour les appels venant de son propre réseau. Aux Etats-Unis, les frais de transport et de terminaux sont réciproques et se fondent sur le coût progressif dans le long terme lié au transport et aux terminaux sur le réseau de l'entreprise de télécommunications en place.

Aussi, le principal but de l'interconnexion obligatoire est d'encourager un contexte concurrentiel qui est équitable pour tous les participants. Vu que l'entreprise de télécommunications en place compte la majorité des clients, un nouveau venu doit être en mesure de s'interconnecter s'il veut fournir un accès complet à ses clients. Sans la capacité de s'interconnecter, les nouveaux venus seront très limités dans leur capacité à livrer concurrence à celui qui est déjà installé.

LES OUTILS REGLEMENTAIRES POUR SE PROTEGER CONTRE LE POUVOIR EXERCE SUR LE MARCHE PENDANT LA TRANSITION A LA CONCURRENCE

Des problèmes spéciaux peuvent se présenter quand une entreprise de télécommunications détenant le monopole d'un service ou d'un équipement particulier souhaite fournir un service concurrentiel qui dépend de l'utilisation du service ou de l'équipement de l'entreprise qui détient le monopole. Tel est le cas par exemple quand la concurrence est introduite sur les marchés interurbains et internationaux mais que le marché local reste un monopole. Les problèmes concernent les transferts de coûts/subventions croisées et la discrimination.

Le premier problème se présente quand un service bénéficiant d'un monopole est réglementé sur la base d'un taux de rendement (bénéfices). Dans ce cas, l'entreprise détenant le monopole a intérêt à déplacer les coûts du service concurrentiel vers le service de monopole. Déplacer les coûts de cette manière artificielle augmente le prix du service de monopole et permet à l'entreprise d'offrir des prix inférieurs au coût réel pour le service concurrentiel. Aussi, le client est-il prisonnier et n'a guère le



choix devant payer des redevances élevées pour le service de monopole et par ailleurs cela entrave le développement d'un marché viable pour les services concurrentiels. Une situation de ce type peut se présenter lorsqu'une entreprise détenant le monopole de la fourniture des services locaux souhaite s'installer sur le marché des communications à grandes distances.

Le second problème se présente lorsque le contrôle exercé sur un service ou un équipement essentiel nécessaire à la fourniture du service concurrentiel permet à l'entreprise ayant le monopole de favoriser sa propre offre concurrentielle. Par exemple, une entreprise détenant le monopole des services locaux a tout intérêt à favoriser son propre service de communications internationales. Cette discrimination peut se manifester sous la forme d'une interconnexion de meilleure qualité ou des délais d'installation plus rapide pour les installations et services nécessaires.

Les paragraphes suivants présentent une vue d'ensemble des outils qui sont à la disposition des responsables et des organes de régulation en vue de décourager ou de prévenir les transferts de coûts/subventions croisées et la discrimination. Ces outils et techniques peuvent être utilisés séparément ou conjointement. Les règles les plus strictes devront être appliquées quand le risque est fort mais par contre elles pourront être relâchées au fur et à mesure que la concurrence se développera sur le marché jadis en situation de monopole.

L'interdiction explicite de fournir un produit ou service concurrentiel

Une des techniques utilisées pour éviter qu'une entreprise en situation de monopole n'agisse de manière discriminatoire est de lui interdire de pénétrer sur le marché pour fournir un service concurrentiel. Les interdictions explicites ont été souvent utilisées aux Etats-Unis et le sont d'ailleurs encore. Par exemple, l'accord original (décret de consentement) à l'origine de la scission entre Bell Operating Companies et AT&T interdisait à la première de se lancer dans certaines activités, telles les services à grande distance et certains services d'information. Ainsi aux termes de la Loi des télécommunications de 1996, Bell Operating Companies ne peut pas fournir de services à grande distance ni de services d'alarme tant que certaines conditions ne sont pas satisfaites.

Ce type d'interdiction explicite empêche les subventions croisées et la discrimination mais elle prive également le public des bénéfices possibles des économies d'échelle ou de l'efficacité réelle ou potentielle dont pourrait bénéficier la clientèle si l'entreprise avait le droit de fournir le service en question. Par ailleurs, cela peut priver le public des bénéfices de l'innovation pouvant découler de la participation de l'entreprise en situation de monopole au marché concurrentiel.



Les prix plafond sur les services réglementés du monopole

L'incitation à déplacer les coûts du service compétitif vers le service de monopole existe dans le cadre de la régulation des profits. Aux termes de la régulation des prix plafonds, les prix des services de monopole sont sujets à un maximum qu'ils ne peuvent pas dépasser (maximum indexé sur l'inflation et l'accroissement prévu de la productivité). La régulation relative aux prix plafonds comporte un certain nombre d'avantages poussant notamment l'entreprise de télécommunications à être plus efficace. Elle décourage également la pratique consistant à déplacer les coûts de l'activité concurrentielle vers l'activité de monopole car si le prix du service du monopole a un plafond ne pouvant pas être dépassé, il n'existe aucune incitation à déplacer les coûts du service concurrentiel vers le service de monopole.

La nécessité de créer une filiale séparée

Cette clause permet à l'entreprise détenant le pouvoir de fournir un service concurrentiel mais seulement par le biais d'une filiale séparée. Cette clause sur la création d'une filiale séparée est combinée à l'obligation pour l'entreprise de télécommunications de traiter la filiale de la même manière que le serait un fournisseur extérieur dispensant le service concurrentiel. En d'autres termes, l'entreprise détenant le monopole doit traiter avec sa filiale en respectant une certaine distance.

Les services de régulation ont le pouvoir de contrôler le degré de séparation. Voici des exemples des conditions de séparation auxquelles doivent répondre le fournisseur détenant le monopole et ses filiales :

- Tenir des livres séparés pour leur comptabilité
- Utiliser des cadres et un personnel séparés
- Organiser des activités de marketing séparées
- Ne pas partager l'équipement ou les locaux
- Respecter certaines restrictions sur les échanges d'informations qui constitueraient un avantage déloyal pour la filiale.

En outre, si la filiale doit obtenir des services de transmission auprès du fournisseur du monopole, elle doit le faire sur une base payante.

Les conditions afférentes au barème de tarifs



La liste des tarifs est une technique fondamentale employée traditionnellement pour protéger les utilisateurs (consommateurs et autres entreprises de télécommunication) contre la discrimination. Le fournisseur qui est en situation de monopole doit présenter un barème de tarifs expliquant ses prix de services, les clauses et conditions passées avec l'organe de régulation et il doit respecter ces prix, clauses et conditions une fois enregistré le barème de tarifs. Ainsi par le truchement des barèmes et de leur application, avec possibilités de commentaires pour le public, l'organe de régulation peut dans une certaine mesure éviter les subventions croisées et la discrimination.

La comptabilité séparée

Une condition peut être posée demandant que des livres séparés soient tenus même sans l'imposition de la condition afférente à la filiale séparée. Une comptabilité séparée demande généralement au fournisseur en situation de monopole d'organiser des écritures séparées pour l'activité concurrentielle et de respecter les méthodes prescrites de séparation des coûts. La méthode confère une certaine protection contre les subventions croisées.

Les conditions afférentes à l'imputation

Cette condition oblige le détenteur du monopole à faire payer le même prix pour un service ou une installation fourni à une filiale qu'il demanderait à un fournisseur extérieur et d'inclure cette somme dans le prix qu'il demande pour le service concurrentiel.

Les conditions afférentes au compte rendu de la qualité du service

Les conditions afférentes à la notification de la qualité du service obligent le détenteur du monopole à collecter des données et faire le compte rendu de la qualité des services qu'il dispense à ses concurrents et à ses filiales. Ainsi les organes de régulation peuvent-ils dépister et supprimer toute discrimination au niveau de la prestation de services essentiels aux concurrents.

Les conditions afférentes à la revente

Tel que discutée auparavant, la condition afférente à la revente comporte un certain nombre d'avantages aux fins de promouvoir la concurrence. La revente peut également aider à prévenir la subvention croisée. Par exemple, quand une entreprise de télécommunications détient le monopole sur le marché des services commutés mais



qu'il existe une concurrence concernant les lignes privées, elle pourrait essayer d'augmenter le prix du service commuté afin de subventionner ses offres de lignes privées dont la valeur serait ainsi sous-estimée. Mais si l'entreprise en question est obligée de permettre la revente des offres de lignes privées, les autres concurrents peuvent combiner les lignes privées avec leurs propres installations de commutation et ainsi offrir des tarifs inférieurs à ceux de l'entreprise en situation de monopole. Cette pratique décourage effectivement l'entreprise de s'engager dans les subventions croisées.

Les conditions liées à la ventilation d'éléments

De telles conditions demandent au détenteur du monopole de rendre disponibles des éléments de son réseau pour ses concurrents sur une base dissociée et à des tarifs et conditions raisonnables, équitables et non discriminatoires. Afin d'encourager l'accès et la participation sur le marché, le prix d'un élément non dissocié devrait être égal au coût progressif dans le long terme lié à la fourniture de l'élément. La pratique de dissociation a été discutée auparavant en tant que moyen de baisser les barrières à l'accès et de promouvoir l'innovation. Il s'agit toutefois de faire attention aux arrangements anti-compétitifs constatés quand une entreprise en situation de monopole demande à un client (à savoir un concurrent) d'acheter quelque chose qui n'est pas nécessaire comme condition préalable à l'acquisition d'un service essentiel.

Les conditions liées à des interconnexions comparativement efficaces

Des interfaces techniques sont nécessaires entre le réseau de l'entreprise en situation de monopole et l'équipement utilisé par ses concurrents. Les concurrents peuvent être gravement désavantagés à moins qu'ils ne soient capables d'interconnecter leur équipement et leurs installations au réseau de l'entreprise en situation de monopole sur une base aussi efficace que celle que ce dernier offre à ses filiales. Une condition imposant des interconnexions comparativement efficaces oblige l'entreprise en situation de monopole à fournir une telle connexion.

Les conditions liées aux interfaces de communication du réseau

Un opérateur en situation de monopole peut gravement désavantager ses concurrents lorsqu'il change les caractéristiques des interfaces avec lesquels il établit les interconnexions avec les prestataires des services concurrents. Il peut le faire en le notifiant bien à l'avance à ses filiales pour les mettre au courant des changements proposés. Les régulations afférentes à la communication des interfaces demandent à



l'entreprise en situation de monopole de prévenir suffisamment à l'avance ses concurrents avant de changer des interfaces. Ainsi les concurrents auront la possibilité de s'ajuster aux changements des interfaces afin d'offrir des services compétitifs.

Les conditions liées à l'information collectée sur les clients par un réseau

Aux Etats-Unis, la Customer Proprietary Network Information (CPNI) concerne l'information qu'une entreprise de télécommunications collecte auprès de ses clients. Par exemple, une entreprise détenant le monopole des échanges locaux pourrait observer qu'une partie importante des appels à tel abonné sont sans réponse ou alors que la ligne est souvent occupée. Un tel abonné serait un bon candidat pour un répondeur ou une messagerie vocale. L'entreprise profite de cette information, importante du point de vue de la concurrence, non pas grâce à la qualité de sa présence sur le marché mais tout simplement parce qu'elle est la seule à fournir des services d'échanges locaux. Cette information sur les clients lui confère donc un avantage de taille, mais déloyal, en ce qui concerne certains équipements, dans ce cas les répondeurs ou les services de messagerie vocale. Les règles de la CPNI interdisent le partage d'informations entre l'opérateur en situation de monopole et ses filiales ou demandent alors que cette information soit partagée dans les mêmes conditions avec les autres concurrents (en tenant compte bien évidemment des intérêts privés des particuliers).

La résolution rapide et efficace des litiges

Un grand nombre des techniques décrites dans cette section aident les concurrents à dépister un comportement discriminatoire de la part du fournisseur détenant le monopole. Toutefois, les nouveaux venus sont particulièrement vulnérables à une telle discrimination. Par conséquent, tout retard pris pour répondre à des plaintes et revendications peut nuire gravement aux nouveaux participants et décourager la concurrence. Au vu de cette vulnérabilité, la FCC a récemment adopté des procédures plus rapides en vue de résoudre les plaintes en matière de discrimination. Tout organe de régulation efficace doit disposer à cet effet d'un arsenal d'outils et de mécanismes comportant des mesures telles la confiscation, la demande à une entreprise de cesser certaines pratiques ou encore la révocation de licence, de manière à sanctionner le non-respect des règles qu'il est chargé d'appliquer.



L'expérience a montré qu'une concurrence libre et ouverte est avantageuse pour les consommateurs et la société prise dans son ensemble puisqu'elle garantit des prix plus faibles, de meilleurs produits et services d'un caractère plus novateur et un choix élargi pour le consommateur. Actuellement, on peut déjà constater les avantages de la concurrence dans le secteur des télécommunications. Des changements technologiques dynamiques permettent de fournir de nouveaux services et des systèmes qui apportent des solutions novatrices aux besoins de communications dans le monde. Par conséquent, les télécommunications deviennent un élément de plus en plus important pour l'efficacité des institutions des secteurs privé et public. Dans un contexte marqué par un changement rapide, un marché concurrentiel tirera profit du potentiel qu'offre le secteur des télécommunications pour répondre aux besoins économiques et sociaux de tous les citoyens.